



Les marques, productes i tendències de bellesa preferides de la Generació Z

[inici centrareport] El món no para de canviar i evoluciona cada cop més depressa. Això es nota també en les tendències i patrons de consum de les diferents generacions. Avui parlarem de la vostra generació, la Z (nascuts/des entre 1996 i 2008).

Kyra Media, una empresa especialitzada en creació de continguts per a joves, ha publicat les dades del seu primer informe sobre bellesa i generació Z: *Gen Z State of Beauty Report*. L'estudi s'ha fet recollint milers de respostes a través d'Instagram. El 59% dels participants són d'Estats Units, el 39% de Regne Unit i el 2% d'altres llocs. Alhora el 95% s'identifica com a dona. Per tant segurament aquestes conclusions podrien canviar una mica en funció del país.

1. Una generació que li encanta provar coses noves

A diferència de generacions anteriors, la generació Z valora molt la cura de la pell. S'informen molt més sobre els ingredients de cada producte i en van provant de diferents. 1 de cada 5 participants afegeix nous productes i el 24% utilitza mínim tres productes de bellesa en la seva rutina.

2. Les marques preferides de bellesa de la Generació Z

Dove és la que està més amunt en el rànquing i la segueixen CeraVe (molt coneguda aquí gràcies a influencers), Nivea, Olay i Clean & Clear.

3. El producte estrella és el gel netejador facial

Sembla mentida, però la generació Z sap la importància de mantenir la pell neta per evitar granets i acné, és per això que el producte imprescindible és el netejador facial. El segueixen la crema hidratant, la mascareta facial i la protecció solar.

4. Assessorament a través de les xarxes socials

Les xarxes socials i els/les influencers han sigut clau en la prescripció de productes de tot tipus i especialment de bellesa. Així que moltes de les coses que aprèn la vostra generació, són a través de les xarxes, sobretot TikTok, Youtube i Instagram.

5. La màscara de pestanyes és el producte de maquillatge imprescindible

Un terç de les persones enquestades assegura que no utilitza maquillatge, però de tots els productes el que més valoren és la màscara de pestanyes.

6. Es tenen en compte els valors de marca

La Generació Z té molt en compte els valors associats a cada marca. Més d'una quarta part assegura que ha comprat productes concrets per les seves iniciatives sostenibles i respectuoses amb el medi ambient i la justícia social. El 53% assegura que deixaria de comprar una marca si sap que testa amb animals.[fi centrareport]